

INTERVJU GAËL LOAËC



Prosječan je iznos premija životnog osiguranja po stanovniku znatno niži u Hrvatskoj nego u Slovačkoj, Mađarskoj ili Sloveniji. Nema razloga za toliku razliku dugoročno

str. > 8

Predsjednik uprave Soci t  G n rale osiguranja tvrdi da će vrlo brzo biti među prvih deset kompanija za životno osiguranje u RH



Predsjednik uprave Soci t  G n rale osiguranja relativizira krizu i poručuje da su došli da ostanu –  ak i bude li kriza duga

Ga l Loaec

Niska prosječna premija u RH ostavlja velik prostor za rast

VALENTINA WIESNER MIJIC

Splitska banka nedavno je, s internacionalnim osiguravateljem Sogecapom, koji posluje u sklopu njezine matične grupe, osnovala Soci t  G n rale osiguranje. Prodajnu mrežu banke obucili su za prodaju osiguranja života fizičkim i pravnim osobama pri ugovaranju gotovinskih i stambenih kredita i u prva dva mjeseca rada ugovorili pet milijuna kuna premije. Da  ekuju velik posao, zbog čega su i krenuli s kapitalom od 40,9 milijuna kuna, gotovo dvostruko većim od zako-

nom propisana, najavio je na predstavljanju društva predsjednik uprave Ga l Loaec. U prvom intervjuu za hrvatske medije Loaec, koji je u Zagreb stigao iz pariškog sjedišta Sogecapa, otkrio je planove i komentirao trţišne prilike.  elnik društva od 2005. godine bio je direktor aktuara i rukovodio cijelom paletom životnog osiguranja Sogecapa. Dugogodišnje aktuarsko iskustvo stjecao je i u kompanijama BNP-ERE, iz grupe BNP Paribas, te Cardifu.



• Zašto ste se odlučili za ulazak na hrvatsko trţište baš u ovom trenutku, dok gospodarska kriza još nije dotaknula dno?

– Mi bismo svakako voljeli da nije doba gospodarske krize, no to nije tako važno za nas. Naš cilj nije bio doći i ostvariti brzu zaradu, već namjeravamo ostati dugo vremena. Kao osiguravajuće društvo, naviknuti smo na dugoročno poslovanje. Dugoročno ulažemo u zemlje središnje i istočne Europe, jer vjerujemo u budući potencijal rasta ovih zemalja. Sve što trenutao radimo; osnivanje novog društva za životno osiguranje, dobri proizvodi, dobri procesi i napokon, dodatna vrijednost za naše klijente, svakako su investicije za budućnost, čak i pri dugoj krizi.

• No, Soci t  G n rale mogla je krenuti s osiguranjem i odmah nakon kupnje Splitske banke te tijekom kreditnog rasta graditi portfelj osiguranja...

– Prvo smo trebali uvjeriti Splitsku banku da ude u ovu investiciju. Ona je potpuno slobodna u odlučivanju o strategiji iako smo ista grupa. Nakon toga, u razdoblju između ulaska u zemlju i dobivanja svih potrebnih dozvola, kojih je bilo ukupno deset, vodili smo mnogo pregovora. Ovaj je posao pod snažnom kontrolom supervizije, trebali smo predloiti mnogo dokaza vlastima prije početka rada.

• Hrvatskom trţištu osiguranja ove godine prognozirate loše rezultate, pa i negativno poslovanje. Kako vi vidite situaciju?

– Svjesni smo poteškoća s kojima ćemo se susresti na trţištu. Jasno da će situacija za sve biti teška još nekoliko mjeseci, moжда i godina, no ipak smo optimistični. Ponajprije stoga što smo imali pet milijuna kuna premija od početka poslovanja u svibnju, što nije loše i u

cijelosti se podudara s našim poslovnim planom. Do kraja godine, realan je plan povećanja premije na 12 milijuna kuna. Dapače, kao što sam već rekao, usredotočeni smo na dugoročne ciljeve. Za mene kao menadjera važno je da je danas prosječan iznos premija životnog osiguranja po stanovniku znatno niži u Hrvatskoj nego u Slovačkoj, Mađarskoj ili Sloveniji. Ne postoji razlog za toliku razliku dugoročno. Potrebe za zdravstvenom zaštitom i štednjom za mirovinu rast će u budućnosti u Hrvatskoj, kao i u drugim zemljama. Stoga, imamo mnogo posla...

Kad sam došao u Hrvatsku, nisam bio iznenađen stanjem na trţištu, proučavao sam sustav osiguranja i svi su zakoni vrlo blizu zakona Europske unije, osiguravajuće tvrtke poštaju zahtjeve visine kapitala i solventnosti. Trţište je još u razdoblju tranzicije, treba naći ravnotežu između kontrole i rasta, a vjerujem da će je ubrzo naći.

• Koliko ste vaţan trţišni igrač u Francuskoj i drugim zemljama u kojima ste prisutni? Kakvi su vam potencijali?

– U Francuskoj je Sogecap sa 7,6 milijardi eura premije ostvarene prošle godine četvrto bankoosiguravajuće društvo. Imamo osam milijuna osiguranika i u njihovo ime upravljamo sa 64 milijarde eura u tehničkim pričuvama. Velika je grupa  a za nas. Odlučili smo se na izvoz svoga znanja i do sada smo otvorili 15 podružnica. U svakoj zemlji stvaramo različite proizvode, koji ovisе o specifičnim potrebama ili zakonskim odredbama određene zemlje. Još više podružnica bit će otvoreno u idućim godinama. Naša je strategija jasna. Ne želimo se širiti u dvije vrste zemalja; na vrlo bogata zasićena trţišta, ali i ona koja su presiromašna. Zanimaju nas bogatije zemlje,

Rast

Prosječan je iznos premija životnog osiguranja po stanovniku znatno niži u Hrvatskoj nego u Slovačkoj, Mađarskoj ili Sloveniji. Nema razloga za toliku razliku dugoročno

ali s potencijalom rasta, još mlada trţišta kao što su istočna i središnja Europa, sjeverna Afrika, Kina, Rusija i Juţna Amerika.

• Na koji ćete se način koristiti mreţom Splitske banke? Zakon ne dopušta prodaju polica osiguranja osobama koje nisu ovlaštene zastupnici.

– Mnogi zaposlenici Splitske banke mogu prodavati police osiguranja, imamo ljude koji su trenirani i dobili su odgovarajuće dozvole Hanfe. Strategija je da imamo barem po jednog ovlaštenog zastupnika u svakoj poslovnici, u ovom trenutku taj je cilj dostignut, ali uskoro će biti i znatno premašeno. Profesionalno se bavimo bankoosiguranjem, specijalisti smo za to. Naš je zadatak iskoristiti najbolje mogućnosti sinergije s bankom, no ni u jednom trenutku ne zaboravljamo da smo osiguravajuća kuća. Mi smo unutar banke, ona nam je matična kuća, stoga imamo povjerenje banke koja zna da nikada ne ćemo pokušati ne respektirati nje-

ne interese. Blisko ćemo surađivati na svakom projektu, svakoj cijeni, svakoj obuci zaposlenika... sve će biti efikasnije, kako bismo iskoristili što više mogućnost dobre mreže Splitske banke, koja povećava broj poslovnica na sjeveru Hrvatske i zadrava vodeću poziciju na obalnom dijelu.

• Kanite li surađivati i s drugim bankama ili nekim drugim financijskim institucijama?

– Zašto ne?! No, ne  ekujemo mnogo posla u tome, jer svaka banka sada ima vlastita ponuđača osiguranja. Mi smo izgradili proizvod grupnog osiguranja kako bismo zaštitili kreditne kompanije od smrti, invaliditeta ili otplate duga tijekom bolničkog liječenja njihovih klijenata i Crediflex je već pristupio ovom korporativnom ugovoru. Radimo s još jednom kreditnom kompanijom koja je zainteresirana za taj korporativni proizvod. No, u ovom trenutku najviše smo usredotočeni na mrežu Splitske banke.

To je dovoljno posla za sljedeću godinu ili dvije; trebamo obuciti zaposlenike, osmisliti dobre proizvode te ih učiti da ih prodaju. To je velik posao. S medunarodnim know-how moţemo kreirati kvalitetne proizvode koje ćemo prilagoditi građanima, zakonima i porezima. A tada ih moţemo ponuditi bilo kojem zainteresiranom partneru.

• Kanite li se orijentirati samo na bankoosiguranje i isključivo na spektar životnih osiguranja?

– Da. Ne odbacujemo ideju kanala direktne prodaje, kao takvu, ali snaga i kvaliteta mreže banke, teritorijalna pokrivenost i kvaliteta osoblja predstavljaju velik potencijal koji planiramo u potpunosti iskoristiti i ponuditi klijentima upravljanje njihovim potrebama za životnim osiguranjem na dobro utemeljenim, modernim i dostupnim osnovama.

• Mislite li da našem trţištu moţete ponuditi neke novosti? Kako  ete privući klijente u trenutku kad priliko masovno raskidaju police?

– Ako vidite trţište automobilima i smatrate da automobil čine samo četiri kotača i motor, mislite će da su svi automobili i sva trţišta isti, no nije baš tako. Isto se može reći i za životna osiguranja. Kao i drugi, mi ćemo raditi programe zaštite i štednje, ali definicija garancija razlikovat će se od drugih proizvoda na trţištu i ponuditi će veći izbor građanima Hrvatske. Na primjer, naša ponuda osiguranja kredita nudi brţe i jednostavnije odlučivanje o prihvatu u osiguranje s obzirom na zdravstveno stanje klijenta od proizvoda koji su trenutao na trţištu. Naše osiguranje stambenih kredita ima, dakako, zasebnu premiju osiguranja, ali klijent može istodob-

Pruţi li se dobra prilika, otvoreni smo i za kupnju

• Imate li ambicije jednog dana ići u akvizicije? Ili moжда uskoro, dok su cijene kompanija zbog recesije najniţe u posljednjih nekoliko godina?

– Logično je da vas to zanima s obzirom na pad cijena na trţištu. No, ne mislimo nešto kupiti u Hrvatskoj na prvi pogled. Nismo orijentirani na kupnju osiguravajućeg društva, jer smo već uložili novac u osni-

vanje vlastitog i zato što imamo dobru mrežu preko Splitske banke. Uobičajena je strategija grupe početi ispočetka, izgraditi dobar posao bankoosiguranja, a drugi je korak ponuda našeg znanja drugim distributerima. No, jasno, pruţi li se dobra prilika na hrvatskom trţištu i u regiji, proučit ćemo je, otvoreni smo za sve mogućnosti...



no platiti ratu kredita i premiju, kako ne bi trebao dva puta plaćati, kao što je to tako s drugim proizvodima na tržištu. Nastavit ćemo stvarati nove proizvode s brojnim malim uslugama koje će pojednostaviti život klijentima. Rad i dodatna vrijednost jedini su način privlačenja novih klijenata.

• Koji vam je ciljani tržišni udio?

– Tržišni udio nije sam po sebi cilj. Naš je cilj stvoriti najbolje proizvode za mrežu, organizirati sigurne i efikasne procese po najboljoj cijeni i povećati vrijednost Grupe. Budemo li tako radili, svakako ćemo vrlo brzo biti među prvih deset kompanija za životno osiguranje u Hrvatskoj, no to je posljedica, a ne cilj sam po sebi. Budemo li imali dobre rezultate, svi će biti zadovoljni i svejedno je hoćemo li biti među prvih deset.

• Kad predvidate da biste mogli ući u zonu dobiti i kakav tijek rasta premijskoga prihoda očekujete?

– Naš poslovni plan ne uključuje pozitivne završne rezultate prije četvrte godine poslovanja. To je uobičajeno za početak osiguravateljnog poslovanja, zbog početnih investicijskih troškova, ponajprije u IT rješenja i osmišljavanje proizvoda. Očekivane su premije barem 12 milijuna kuna u 2009. godini i dvostruko više u 2010. godini.

Rizik

Za nas je još prevladavajući rizik i jedini koji bitno utječe na posao društveni efekt krize na hrvatske građane u sljedećih nekoliko mjeseci. No, mi smo i dalje optimistični u vezi s našim poslovanjem u Hrvatskoj...

Cilj

Naš je cilj stvoriti najbolje proizvode za mrežu, organizirati sigurne i efikasne procese po najboljoj cijeni i povećati vrijednost naše Grupe. Budemo li tako radili, svakako ćemo vrlo brzo biti među prvih deset kompanija za životno osiguranje u Hrvatskoj, no to je posljedica, a ne cilj sam po sebi

• Ubrajamo li se za vas u rizičnija tržišta i koje rizike trenutno percipirate kao prevladavajuće?

– Kao osiguravajuće društvo, rizici s kojima se moramo suočiti na tržištu brojni su i mogu biti vezani za ekonomsku situaciju, zdravlje građana Hrvatske, primjerice, rizik epidemija, ili su to financijski rizici, kao i drugi rizici s kojima se kao društvo suočavamo u svakodnevnu poslovanju.

Kad su posrijedi financijski rizici, za nas je bolje početi poslovanje sada, nego da smo to učinili prije nekoliko godina, jer bismo danas bili u velikim problemima. Naš je posao, kao kompanije koja se bavi životnim osiguranjem, organizirati poslovne procese prema najboljim iskustvima iz prakse i uputama koje slijedimo, onima Europske unije i hrvatskim, kako bismo pokušali kontrolirati ili barem minimalizirati utjecaj tih rizika, kao što su financijski. Već smo mogli vidjeti kakvi su oni na brojnim hrvatskim kompanijama, ili zdravstveni rizici koje ovih dana svi pratimo s pozornošću... Stoga je za nas još i sada prevladavajući rizik i jedini koji bitno utječe na posao društveni učinak krize na hrvatske građane u sljedećih nekoliko mjeseci. No, kao što sam već rekao, mi smo i dalje optimistični u vezi s našim poslovanjem...